



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2012

**Vom Geschmack zur Gefühligkeit : Über Kitsch in der volkskundlichen
Alltagsanalyse**

Gyr, Ueli

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-78169>

Journal Article

Published Version

Originally published at:

Gyr, Ueli (2012). Vom Geschmack zur Gefühligkeit : Über Kitsch in der volkskundlichen Alltagsanalyse. *Medien Zeit*, 27(4):45-54.

ISSN 0259-7446
EUR 6,50

medien & *zeit*

Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart

Thema:
„Kitsch . . .“

Zwischen Winnetou
und Gartenzwerge

Eudaimonistischer Rausch

Kitschig, unfreiwillig komisch
oder einmalig?

Kitsch als Kunst der
Selbstunterbietung

Vom Geschmack zur
Gefühligkeit

Kitsch und Kult um
James Joyce

4/2012

Jahrgang 27

medien & zeit

Inhalt

Zwischen Winnetou und Gartenzwerg Konrad Paul Liessmann und Jürgen Grimm im Gespräch über das Phänomen Kitsch.....	4
Eudaimonistischer Rausch Kitsch und moralische Glückseligkeit Jürgen Grimm.....	14
Kitsch Konrad Paul Liessmann.....	24
Kitschig, unfreiwillig komisch oder einmalig? Die Entstehung von Wertungsdiskursen und die Rolle der Medien anhand der Lyrik Friederike Kempners Julia Genz.....	29
Kitsch als Kunst der Selbstunterbietung Eine Bagatelle Jochen Hörisch.....	40
Vom Geschmack zur Gefühligkeit Über Kitsch in der volkskundlichen Alltagsanalyse Ueli Gyr.....	45
Kitsch und Kult um James Joyce The Itch of Kitsch Fritz Senn und Sabrina Alonso.....	55
Rezensionen.....	61

Impressum

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger:

Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung
(AHK)“, Währinger Straße 29, 1090 Wien,
ZVR-Zahl 963010743
<http://www.medienundzeit.at>

© Die Rechte für die Beiträge in diesem Heft liegen beim
„Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung
(AHK)“

Redaktion:

Gaby Falböck, Roland Steiner

Lektorat & Layout:

Roland Steiner, Gaby Falböck, Christina Krakovsky, Irina Pöschl;
Christina Krakovsky, Marlene Raßbauer

Transkription:

Claudia Friesinger

Redaktion Buchbesprechungen:

Gaby Falböck, Roland Steiner

Korrespondenten:

Prof. Dr. Hans Bohrmann (Dortmund),
Univ.-Prof. Dr. Hermann Haarmann (Berlin),
Univ.-Prof. Dr. Ed Mc Luskie (Boise, Idaho),
Univ.-Prof. Dr. Arnulf Kutsch (Leipzig),
Prof. Dr. Markus Behmer (Bamberg),
Prof. Dr. Rudolf Stöber (Bamberg)

Druck:

digitaldruck.at Druck- und Handelsgesellschaft mbH
2544 Leobersdorf, Aredstrasse 7

Versand:

ÖHTB, Humboldtplatz 7, 1100 Wien

Erscheinungsweise:

medien & zeit erscheint vierteljährlich

Bezugsbedingungen:

Einzelheft (exkl. Versand): 6,50 Euro
Doppelheft (exkl. Versand): 13,00 Euro

Jahresabonnement:

Österreich (inkl. Versand): 22,00 Euro
Ausland (inkl. Versand auf dem Landweg): 30,00 Euro

StudentInnenjahresabonnement:

Österreich (inkl. Versand): 16,00 Euro
Ausland (inkl. Versand auf dem Landweg): 24,00 Euro

Info und Bestellung unter abo@medienundzeit.at

Bestellung an:

medien & zeit, Währinger Straße 29, 1090 Wien
oder über den gut sortierten Buch- und Zeitschriftenhandel

ISSN 0259-7446

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger:

Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung
(AHK)“, Währinger Straße 29, 1090 Wien

Vorstand des AHK:

Dr. Gaby Falböck (Obfrau),
a.o. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell (Obfrau-Stv.),
Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch (Obfrau-Stv.),
Mag. Christian Schwarzenegger (Obfrau-Stv.),
Mag. Roland Steiner (Geschäftsführer),
Barbara Fischer, Bakk. (Geschäftsführer-Stv.),
Mag. Christina Krakovsky (Schriftführerin),
Arne Sytelä (Schriftführer-Stv.),
Dr. Norbert P. Feldinger (Kassier),
Katriina Janhunen, Bakk. (Kassier-Stv.),
Mag. Bernd Semrad,
Dr. Erich Vogl,
Mag. Klaus Kienesberger,
Dr. Johann Gottfried Heinrich

Vom Geschmack zur Gefühligkeit

Über Kitsch in der volkskundlichen Alltagsanalyse

Ueli Gyr
Universität Zürich

Abstract

Kitsch bleibt in der Diskussion, Kitsch erreicht endlich auch Akzeptanz in jener Disziplin, die sich mit der Alltagskultur beschäftigt und früher Volkskunde bzw. Europäische Ethnologie hiess. Der Beitrag zeichnet den langen Verdrängungsprozess von Kitsch nach und stellt heraus, wie dieser im Zuge eines revidierten Fachverständnisses ab den 1960er Jahren allmählich Alltagsrelevanz erreichte und frühere Moralpositionen rund um das angeblich "Echte" überwand. Dabei zeigt sich, wie fruchtbar sich Theorien und Konzepte aus benachbarten Fächern erweisen und auf das Alltagsleben übertragen lassen. Die Bestimmung diesbezüglicher Positionen mündet in die These, derzufolge Kitsch keine Objektqualität ist, sondern als selbstgenüßlich gefühliger Erlebnismodus (Jürgen Grimm) zu fassen bleibt, zu dem es in alltäglichen rührigen Mustern, Konfigurationen, Dispositionen und inneren Bildern kommt. Kitsch gehört in eine populäre Gefühlskultur, die neu auszumessen ist, abseits einer elitären Geschmacksdebatte.

Wer heute von "Volkskunde" oder "Volkskundlichem" spricht, muss mit kritischen Rückfragen rechnen, und wer dabei noch Kitsch ins Spiel bringt, mutet sich einiges zu. Es entsteht ein mittlerweile bekannter Reflex – häufig setzt er mit einem milden Lächeln ein, dem im besten Fall die Vermutung einer exotischen Alltagsrosine folgt, auch wenn es ernst wird. Dem Fach (Volkskunde) wie dem Gegenstandsbereich (Kitsch) gemeinsam scheinen ein langer Leidensweg und ein programmatischer "Aufbruch" aufgrund externer Zugänge. Zwar wird es langweilig, ständig nur Verpasstes zu bilanzieren, doch hier spiegeln sich Paradigmen und Strukturen exemplarisch. Daran ändern auch die Etiketten eines kleinen Vielnamenfachs nichts, das an über 20 universitären Instituten im deutsch-sprachigen Raum auch als "Empirische Kulturwissenschaft", "Europäische Ethnologie", "Kulturanthropologie", "Kulturwissenschaft", "Populäre Kulturen" oder in Kombinationen mit "Volkskunde" erscheint.

Der Befund einer marginalen Behandlung von Kitsch stimmt nachdenklich und wirkt symptomatisch – in einschlägigen Handbüchern und Einführungen (z.B. *Grundriss der Volkskunde*, 2001) oder in Registern namhafter Zeitschriften (z.B. *Zeitschrift für Volkskunde*) wird man kaum fündig. Die seit 1917 erscheinende *Internationale*

Volkskundliche Bibliographie (IVB) – das für europäische Volks- und Erzählforschung maßgebende Organ – nahm das Schlagwort Kitsch erstmals 1959/60 auf. Das monumentale Nachschlagewerk hielt sich in Sachen Kitsch aber auch in den folgenden Jahrzehnten zurück und verzeichnete bis 1981/82 nur gerade sieben Titel zuhanden einer gleichlautenden Kategorie. Bedenkt man den für diese Bibliographie festgelegten Bezugsrahmen und das Jahr für Jahr um Tausende von Neuaufnahmen wachsende Gesamtvolumen, so bestätigt sich indiktatorisch ein äußerst geringes Interesse am Kitsch.

Die wenigen Beiträge aus der Volkskunde zeigen immerhin an, wo Kitsch als Forschungsthema auftauchte. Seine "Auftritte" lassen geschmacksästhetische Zuordnungen sowie konzeptuelle Zugänge einigermaßen gut erkennen. Ich sehe konkret sechs Orte, an denen Kitsch bisher behandelt wurde, nämlich erstens in der Volkskunstdiskussion, zweitens in der Bild- und Wandschmuckforschung, drittens in der populären Frömmigkeit, viertens im Spannungsfeld von Folklorismus und Tourismus, fünftens in der Trivilliteratur und der Massenkultur und sechstens an der Pforte einer populären Gefühlskultur. Es zeigt sich rasch, dass die Behandlung von Kitsch fachintern meist nur ein Abtasten der je entdeckten Gegenstands-

qualität war. Die Volkskunde verabscheute und verdrängte den Kitsch auf weiten Strecken, doch diese Abneigung lässt sich fachgeschichtlich erklären. Wenn es richtig ist, dass Kitsch gemäß einer älteren Einstellung auch mit Massenprodukten und Massenkonsum zu tun hat, so leuchtet es ein, dass sich die ältere Volkskunde mit Kitsch generell nicht beschäftigen wollte.

Traditionelle Volkskunde vor 1968 war bekanntlich fast identisch mit der Beschreibung und Idyllisierung ländlicher oder alpinen Lebenswelten, mit dem Studium von traditionellen Überlieferungen und Ordnungen in kleinräumigen Gemeinschaften über Sitte und Brauch. Ihre häufig auf Reliktstrukturen ausgerichteten Beschreibungen sollten dem Nachweis einer diesbezüglichen Intaktheit, Vitalität und Zählebigkeit dienen. Dabei erfuhr die Modellierung der expressiv-pittoresken Seite der Alltagskultur besondere Gewichtung, zudem durch entproblematisierte Lebensweltdarstellungen verstärkt. Modernes Gesellschaftsleben, städtische Kultur und eben Massen- und Medienkultur kamen daher praktisch nicht in den Blick, allenfalls als negativer Gegenpol. Das Interesse am angeblich echten, organisch gewachsenen Volksleben dominierte derart, dass neue Erscheinungen der Gegenwartskultur hartnäckig verdrängt wurden. Kitsch funktionierte hier vorzugsweise als wertbesetzte Kontrast- und Entlastungskategorie. Das Siegel der Echtheit galt nur für ihren Gegenpol und verwarf Unechtes grundsätzlich.

Moralische Geschmackspositionen gegen Kitsch

Es ist einfach, ein markantes Desinteresse am Kitsch und die Abscheu von Kitschigem innerhalb der deutschsprachigen Volkskunst-Diskussion zu belegen. Kitsch wurde danach auf der Seite der industriellen Massenkunst verortet und damit als Unkunst oder Unkultur identifiziert und abqualifiziert. Industriekunst erschien der Volkskunde, wie eben angedeutet, als unecht und als moralisch zu bekämpfen, denn sie verwirre

„nur das gesunde Gefühl für Echtheit ... anstelle volksnaher, volkstümlicher Kunst, die deshalb Volkskunst ist, weil sie jeden anspricht, und die Urgefühle aller Menschen zu erregen weiss, tritt das, was man Kitsch nennt, gesunkenes Kulturgut im üblichen Sinne, Theatergefühl, Pose und zuckersüße Flauheit“,
(Rosenfeld, 1955, S. 84).

wie Hellmut Rosenfeld anführte.

Diesem ablehnenden Standpunkt begegnet man im deutschsprachigen Raum noch bis in die 1960er Jahre hinein. Unverkennbar sind damit auch Urteile verbunden, war doch der Begriff Kitsch selber ein stark geladener Wertbegriff. Vielen konservativen Volkskundlern kam Kitsch als Entlastungsbegriff jedoch sehr gelegen — mit dem Begriff Kitsch brauchte man sich nicht weiter zu rechtfertigen, denn alles, was unecht, modern und massenindustriell gefertigt war oder sonstwie wie mit populärem (=schlechten) Geschmack zu tun hatte, ließ sich auf diese Art schnell und problemlos einordnen bzw. auf eine Folie projizieren, die außerhalb des damaligen Volkskundekanons lag.

War es des Schlechten zuviel, schritten volkskundliche Geschmackshüter ein. Herbert Freudenthal machte sich in seinen „Streiflichtern“ der Hamburger Volkskunde-Zeitschrift Gedanken über gewisse Entwicklungen in der dinglichen Volkskultur. Er stellte 1958 besorgt einen immer grösser werdenden Riss zwischen Kunst und Unkunst fest und zog z.B. engagiert gegen die Andenkenindustrie los.

„Noch nie“, schrieb er, „waren wir so verseucht mit Ansteckfigürchen oder ähnlichen Mitbring-seln, die auf den Sammeltrieb spekulieren, und mit Gebrauchsgegenständen, die von lokalen Sprüchen, Bildern und Emblemen verbrämt sind.“

(Freudenthal, 1958, S. 144).

Freudenthal unterstützte damalige „Offensiven des guten Geschmacks“, wie sie von einzelnen Verkehrsvereinen lanciert wurden.

Nicht alle Volkskundler vertraten solche Missionen mit volksaufklärerischem und volkspädagogischem Impetus, es gab auch Ausnahmen, die hier zu erwähnen sich lohnt. Eine von ihnen war Adolf Spamer. Unter Volkskunst verstand er 1928 in einem Grundsatzbeitrag alles „Kunstgut des Volkes“, wobei dieses nicht durch Kunstwissenschaftler, sondern durch das Volk selbst zu definieren sei.

Deshalb sei *„auch für den Volkskunstbegriff lediglich der Verbraucherstandpunkt massgebend ... so sind auch „Kunst“ und „Kitsch“ lediglich Gegensätze vom Standpunkt reflektierender ästhetischer Wertung, während der Volksmensch in ihnen keine Zweifelt empfindet.“*

(Spamer, 1928, S. 10).

Aus heutiger Sicht mutet diese Denkauffassung gegenüber Kitsch recht modern an, doch sollten

Jahrzehnte vergehen, bis sie reflektiert und kanonisiert wurde. Der Aufbruch hin zu einer modernen, sozialwissenschaftlich weit geöffneten Volkskunde war unter anderem auch ein Aufbruch, der Triviale Kunst, der Massenkunst und dem seriellen Kunstgewerbe den ihr gebührenden Stellenwert endlich einzuräumen.

Ab den frühen 1960er Jahren kam eine allgemeine Diskussion über die Trivialliteratur langsam auf. Hier meldeten sich auch die ersten Volkskundler und Erzählforscher mit ihren Positionen zu Wort, allen voran Hermann Bausinger. Über Kitsch hatte er sich bereits in seiner Habilitationsschrift "Volkskultur in der technischen Welt" (1961) geäußert und einen Auftakt initiiert. Ausgehend von Hermann Brochs Essays über Kitsch (Broch, 1955) setzte er bei einer allgemeinen "Extase des Gefühls" in der Romantik an, um auf deren Folgen aufmerksam zu machen. Er zeigte überzeugend die Wirkkraft des Sentimentalen an der Schwelle der Moderne und verfolgte Art und Maß einer eigenen Sentimentalisierung von Kulturgütern.

"Der Einfluss des Sentimentalen auf die Volkskultur und die Volksgeistigkeit der neuesten Zeit", so führte er aus, "kann kaum überschätzt werden"
(Bausinger, 1961, S. 147f.).

Die Einbruchsstellen einer bis heute wirkenden Schablonisierung von Gefühlen wurden hier auch konkret benannt und mit genretypischen Beispielen abgesichert, darunter z.B. volkstümliche Rührstücke, populäre Erbauungsliteratur, Volkslieder, religiöses Erleben, Volkstänze, Schlager, schöne Trachten sowie liebliche Schlafzimmerbilder, um nur sie zu nennen.

Das Tübinger Institut für Empirische Kulturwissenschaft übernahm für diesen Forschungszweig eine zentrale Rolle. Kitsch wurde, wenngleich nicht als selbstständiges Thema, so doch in verschiedenen Projekten und Dissertationen mitportiert. An dieser Stelle gilt es, die Untersuchung von Dorothee Bayer zum Thema "Der triviale Familien- und Liebesroman im 20. Jahrhundert" (Bayer, 1963) zu erwähnen, mit der die Herausgeber die neue Institutsreihe "Volksleben" auf den Markt brachten. Symptomatisch für diesen Erstling war auch das Kapitel "Kitsch in Bild und Stimmung" (Bayer, 1963, S. 129-141), in welchem u.a. konstituierende Merkmalsqualitäten von Kitsch in den hier interessierenden Schmachromanen aus-

gemacht und kontextualisiert wurden. Es gehören z.B. Sentimentalität, übertriebene Herzlichkeit, private Rührung, gefühlsgeladene Klischierung und Stimmungsmache, Bereitschaft für den Genuss subjektiver Gefühle, Verniedlichung, Trivialisierung ausgewählter Situationen sowie Aufplusterung banaler Vorgänge dazu.

Revidiertes Fachverständnis, neue Zugänge

In einem Aufsatz von 1968 (2. Aufl. 1976) problematisierte Hermann Bausinger trivialliterarischen Kitsch und schematisierte dabei drei klassische Zugänge in einem eigenen Abschnitt über "Kitsch und Schund" (Bausinger, 1976, S. 12ff.). Ein erstes Urteil ging von einem moralisch-weltanschaulichen Standpunkt aus. Gute und schlechte Literatur werden nach moralischen Kriterien beurteilt, gute Literatur ist Kunst, während schlechte Literatur pauschal auf Schund reduziert wird. Kunst erschien hier als das Kostüm der Moral, also Verkleidung, kein Selbstzweck. Eine zweite Auffassung gab sich etwas differenzierter: es geht um die pädagogische Einschätzung von Kitsch nach Erwin Ackerknecht (Ackerknecht, 1950). Danach werden sowohl Kunst wie Unkunst eingeteilt in moralische und unmoralische Teile. Es entstehen damit vier Bezirke, wobei, wie zu erwarten, Kitsch und Schund auf der Seite der Unkunst liegen. Kitsch gilt dann als "dichterisch nicht vollwertige aber moralisch einwandfreie", Schund dagegen als "dichterisch und moralisch minderwertige Schönliteratur" (Ackerknecht, 1950, S. 14) – Kitsch wird leicht höher platziert als verwerflicher Schund. Die dritte Einstufung verlegt sich auf die Opposition von Kunst und Nicht-Kunst. Dabei gilt Kunst von sich aus als moralisch wertvoll, ja unantastbar, Kunst überlebt über alle Zeiten, Kitsch und Schund liegen auf der Gegenseite, gehören zusammen.

Auch Bausinger versuchte sich hier nicht in neuen Definitionen, er situierte das Problem, um zu zeigen, wo denn die besonderen Schwierigkeiten einer Trivialliteraturforschung liegen, die den Kitsch anfänglich noch mithilfe von ästhetischen und moralischen Kriterien zu erfassen versuchte (Bausinger, 1976, S. 17). Er selber schlug vor, Kitsch und Schund stärker im Begriff der Konsumliteratur einzugrenzen, das heißt auch die Leserschaft und ihre Bedürfnisse einzubeziehen. Dieser Forderung entsprachen später einige Vertreter der Tübinger Schule, sei es mit programma-

tischen Entwürfen, sei es mit der Behandlung von sachbezogenen Einzelthemen.

Hierzu gehört z.B. die Dissertation von Elke Schwedt über "Volkskunst und Kunstgewerbe" (Schwedt, 1970), in welcher sich Distanzierungen gegenüber der älteren Trivialitätsdiskussion auf Schritt und Tritt verfolgen lassen. Hier wurde mit dem Verbraucherstandpunkt ernst gemacht. Volkskunst und Kunstgewerbe (und damit auch Kitsch) gingen hier in einer neu orientierten Volkskunsthochforschung auf. Ihre besonderen Kennzeichen hatte diese Konzeption darin, dass sie die Massenkunst in einer Kunst-Kommunikations-, einer Konsumtions- und einer Kreativitätsforschung verankerte (Schwedt, 1970, S. 116ff.). Unter kulturkritisch-ideologiekritischen Aspekten erschien Massenkunst so als Teil der Populärkultur. Wenn die Grundsatzdebatte um die sogenannte Volkskunst gerade hier so stark aufkam, so war dies kein Zufall.

Die Beschäftigung mit Trivialem wurde und blieb in Tübingen fortgesetzt beachtetes Thema, Kitsch wurde in diversen, hier entstandenen Arbeiten integriert. Nach dem bereits erwähnten Zugriff auf den trivialen Familien- und Liebesroman (Bayer, 1963) und einer von Rudolf Schenda geleisteten Gesamtdarstellung über populäre Lesestoffe (Schenda, 1970) spürte Margret Tränkle dem Kitsch im Bereich von Wohnkultur und Wohnweisen nach (Tränkle, 1972). Peter Mettenleiter legte Kitschelemente in der Heimatdichtung am Beispiel von Gotthelf, Auerbach und Ganghofer frei (Mettenleiter, 1974), und Werner Mezger vermass eine aufschlussreiche Schnittstelle von Schnulzen, Schlagern, schmachtenden Melodien und rührseligen Texten im Rahmen von Trivialmusik (Mezger, 1975).

Aus dem gleichen Tübinger Institut ging ein explizit auf Kitsch gerichteter Beitrag von Martin Scharfe über "Die Volkskunst und ihre Metamorphose" hervor, dies mit einem theoretischen Positionsbezug, der noch immer lesenswert ist (Scharfe, 1974). Scharfe reservierte den Begriff Volkskunst ausschließlich für das Zeitalter des Feudalismus. Dies bedeute, dass sie eine Klassenkunst sei, genauer "die den subalternen Klassen 'verordnete' Kunst" (Scharfe, 1974, S. 228ff.). Volkskunst in diesem Sinn sei handwerklich oder manufaktuell

produzierte Standeskunst. Im Gegensatz dazu — daher der Ausdruck Metamorphose — steht all das, was durch die Industrialisierung hergestellt wird, nämlich eben die sogenannte Massenkunst. Neue Produktionsverhältnisse, neue Reproduktionstechniken und neue Bedürfnisse seitens der Konsumenten lösten also die ältere Volkskunst ab. Scharfe Analyse fragte vor allem nach der gesellschaftlichen Funktion der billigen Massenkunst, häufig mit Kitsch gleichgesetzt.

Deren Produkte gehören zur spätbürgerlichen Ideologie. Exakt an dieser Stelle erscheint der Kitsch: als materialisierte Form eines Versprechens, wonach alle an der Kunst teilhaben können, im gesellschaftlichen Oben wie im gesellschaftlichen Unten. Der Schein dieser Gleichheit

Der Schein dieser Gleichheit überdeckt vieles, vor allem eben, dass die Klassengesellschaft weiter besteht.

überdeckt vieles, vor allem eben, dass die Klassengesellschaft weiter besteht. Kitsch und Kitschprodukte reproduzieren diesen Schein ziemlich umfassend und ziemlich perfekt: Es sind multi-

funktionale Kunstgebilde, die fast allen dienen: der kapitalkräftigen Machtelite ebenso wie der unterschichtlichen Konsumentenschaft, deren Bedürfnisse nach Gleichheit, nach Harmonie und Daseinserfüllung auf diese Weise befriedigt werden.

"Dieses Syndrom", führte er dazu aus, "nenne ich Kitsch: die in sinnlicher Form inszenierte Ideologie, Kitsch als ästhetische Verpuppung von Ideologie, als gesellschaftlich notwendiger (weil den Eindruck von Gleichheit erweckender) Schein in ästhetischer Gestalt. Das Gemeine daran wäre, dass er Indiz ist für die Herrschaft der einen über die anderen, die es nicht merken. Das Wahre daran wäre die historische Notwendigkeit seiner Existenz, die letztlich wieder auf die objektiven Verhältnisse verweist."

(Scharfe, 1974, S. 241).

Andere Definitionen, die den Kitsch z.B. nur als künstlerisch-ästhetischen oder technischen Defekt umschreiben, werden verworfen. Diese Merkmale hat er zwar auch, aber: "In erster Linie ist er Indiz für einen gesellschaftlichen Defekt" (Scharfe, 1974, S. 241).

Hier traf sich Scharfe mit jenen Autoren, die wie z.B. Gert Ueding Kitsch als "Glanzvolles Elend" unter gesellschaftskritisch-ideologiekritischen Gesichtspunkten analysieren (Ueding, 1973). Kitschbilder oder Kitschobjekte enthalten gleich-

zeitig alte und utopische Elemente, um schöne Traumbilder und Wünsche zu evozieren, ohne diese aber einzulösen. Scharfe verankerte sie in einen gesellschaftlichen Gesamtzusammenhang und betont mit Ueding

„jenes legitime Bedürfnis nach einer Realität nicht wie sie ist, sondern wie sie sein sollte, und die der Kitsch aus alten Versatzstücken und überlieferten Requisiten zusammensetzt“
(Scharfe, 1974, S. 244).

Kitsch setze lediglich eine harmlose Gegenwelt zusammen: er sei durchsetzt mit demokratischen Versprechungen des vorletzten Jahrhunderts, in diesem Sinn also niemals "echte" Gegenkunst.

In der deutschsprachigen Volkskunde folgte diesem grundsätzlichen Beitrag kaum mehr etwas Vergleichbares, zumindest nicht auf einer allgemeinen Diskussionsebene. Kitsch war aber zuvor auch in der Bildforschung und in der Wandschmuckforschung aufgetaucht. Unter dem Titel "Die Bilderfabrik" hatte Wolfgang Brückner in Frankfurt 1973 eine Ausstellung gestaltet und eine Begleitpublikation veröffentlicht. Hier ging es um die Darstellung des Kommunikationsmediums Bild: um das Beispiel der Bilderbogen der Firma May zwischen 1845 und 1973 einerseits, um ein interessantes Stück konkreter Geschmacksbildung und kitschnaher Kunstpopularisierung andererseits. Die hier produzierten Bilder deckten einen breiten Rahmen ab, darunter fromme Bekenntnisbilder, Genregraphik, Kinderbilder, Exotik, Schlafzimmerbilder, Sofabilder, Landschaftsdarstellungen, Jagdbilder mit den berühmten röhrenden Hirschen und anderes mehr.

Was die volkskundliche Wandschmuckforschung betrifft, so nahm sie den Kitsch nur punktuell auf. Während die Zürcher Dissertation von Hannes Sturzenegger den Kitsch aus kunstgeschichtlicher Warte moralisch und ästhetisch pauschal verwarf (Sturzenegger, 1970), verfuhr Heinz Schilling in seiner Frankfurter Dissertation mit dem Titel „Wandschmuck unterer Sozialschichten“ wesentlich differenzierter. In seiner empirischen Analyse bezog er auch die Kitschfrage mit ein und reflektierte den damaligen Diskussionsstand (Schilling, 1971). Da die Wandschmuckforschung in der Folge aber wieder rückläufig war, trat der Kitsch ebenfalls wieder in den Hintergrund. In Tübingen wurde kurz danach ein Wandschmuck-Projekt nach Abschluss der empirischen Erhebungen aufgegeben.

Eine weitere volkskundliche Meldung zu unserem Gegenstandsbereich stammte von Ulrike Aggermann-Bellerberg mit ihrem Beitrag über „Kitsch im Bereich religiöser Massenartikel“. Sie fragte nach der Wertigkeit und Funktion von Wallfahrtsandenken, auch etwa mit Seitenblicken auf das zunehmende Interesse an Kitsch und kitschigen Objekten, wie es im Antiquitätenhandel zu beobachten ist. Der Beitrag war als Folgeprodukt einer Ausstellung über Kitsch im Grazer Stadtmuseum entstanden. Auch diese Verfasserin hielt dafür, Kitsch sei volkskundlich vermehrt vom Verbraucherstandpunkt her zu analysieren. Kitsch erschien hier als eine eigene "Kunstgattung" unserer Zeit, die volkskundlich nicht als Kopie der großen Kunst oder gar als deren Ersatz angesprochen werden dürfe, sondern als eigenständiges Zeitphänomen unserer Alltagswelt (Aggermann-Bellerberg, 1984).

In Graz fand 1989 weiter eine Veranstaltung über Kitsch mit gemischt zusammengesetzten Teilnehmern statt, wo Reinhard Johler klassische (fachexterne) Auffassungen zu einem "Syndrom" in Form einer Überblicksdarstellung präsentierte (Johler, 1989). Ebenfalls aus der Grazer Volkskunde stammt die 1998 veröffentlichte Untersuchung "Möblierter Sinn" von Elisabeth Katschnig-Fasch. Auf der Basis der Kulturtheorie von Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1982) charakterisierte die Autorin in ihrer Studie über städtische Wohn- und Lebensstile allerlei Kitschelemente und schlechten Geschmack. Dieser ist auch Epochengeschmack und Differenzmerkmal und muss in Form einer Lebenshaltung in eine soziale Geschmackslogik eingefügt werden (Katschnig-Fasch, 1998).

Zwischen Beruhigung und Aufbruch an der Kitschfront

"Einfügen" umschreibt wohl auch die in den 1980er und 1990er Jahren auszumachenden Auseinandersetzungen um einen Gegenstandsbereich, der in der Volkskunde bislang keine adäquate Aufnahme fand. Fast scheint es, als ob er sich einer fachspezifischen Analytik auch weiterhin zu entziehen versuchte, während außerhalb des Faches "Beruhigung" aufkam. Gleichwohl zog sich die Diskussion fort, ging es um analytische, empirische, allgemeine, sachbezogene oder um populäre Zugriffe. Kitsch wurde salonfähig durch die Akzeptanz von kitschart, wie Gregory Fuller gezeigt hat (Fuller, 1992), während in den 1990er Jahren trash, camp und design das Spektrum in

Richtung eines "guten schlechten Geschmacks" erweiterten (Roller, 1997). Ob es Sinn macht, eine externe Kitschforschung von volkskundlichen Einzelbeiträgen zu unterscheiden, ist eine Frage der Perspektive, die sich dem Problem der Fachidentität einmal mehr zu stellen hätte. Da es nicht nur eine Volkskunde gibt, sondern eine Reihe unterschiedlicher Fachpraxen, erweist sich die jeweilige Verortung sinngemäß als sehr bedeutsam.

Kitsch, um an eine jüngere Veröffentlichung von Wolfgang Braungart zu erinnern, bleibt in beiden Zugangsbereichen irgendwo zwischen "Faszination und Herausforderung des Banalen und Trivialen" (Braungart, 2002). Diesbezügliche Veröffentlichungen stützen gerne auf eine Kitschdebatte mit ihren "Klassikern" ab, darunter z.B. Hermann Broch (1955: Kitsch als das Böse in der Kunst), Ludwig Giesz (1961: Kitsch als objektivierter Selbstgenuss), Umberto Eco (1964: mid-cult als strukturelle Lüge), Pierre Moles (1972: Kitsch als ästhetischer Modus), Pierre Bourdieu (1970/1928: Geschmacksverhalten als Ausdruck sozialer Klassenzugehörigkeit) sowie Claudia Putz (1994: Kitsch als intertextuelles Reproduktionsphänomen), um nur an sie zu erinnern. Umgekehrt gingen volkskundliche Beiträge über Kitsch aber kaum oder gar nicht in einschlägige Lexika und Sammelwerke ein, wie das "Handbuch Populäre Kultur" (Hügel, 2003) ausweist. Auch das von Kaspar Maase herausgegebene Referenzwerk "Die Schönheiten des Populären" problematisiert den Kitsch überraschenderweise nicht (Maase, 2008).

Dem Fach Volkskunde werden allgemein auffällig häufige Theorie-Importe und ein stärker empirisch ausgerichteter Leistungsausweis attestiert, der auf der Basis qualitativer Funktionsanalysen von kulturellen Alltäglichkeiten in überschaubaren lebensweltlichen Mikrobereichen zustande kommt. Von einer so konzipierten Volkskunde als Erfahrungswissenschaft vom Alltagsleben mit-samt seinen diesbezüglich kodierten Selbstverständlichkeiten (Köstlin, 1991, S. 62) dürfte ein Output über Kitsch eigentlich erwartet werden, doch die analytische Kitschfront liegt anderswo. Eine thematische Sichtung fachexterner Beiträge ab etwa Mitte der 1990er Jahre ließ dort auf Dynamik und zunehmendes Interesse schließen – "Kitsch (k)lebt weiter" (Gyr, 2002). Ein eigenes Kitschprofil entwickelte sich in den Medienwissenschaften, wo Trivialitätskonsum, Massenkultur

sowie Medienkitsch und Kitsch in den Medien zu attraktiven Forschungsfeldern und strukturellen Substanzen führten.

Neue Denkansätze mit alltagskulturellem Potential

An dieser Stelle gilt es, den Denkansatz des Medien- und Kommunikationswissenschaftlers Jürgen Grimm aufzugreifen, den dieser 1998 in einer Einzelstudie vorgelegt hat: Nach wie vor gültig und angesichts neuer Einsichten und differenzierter Thesen auch für alltagskulturelle Analysen gewinnbringend anwendbar (Grimm, 1998). In Bestätigung bereits aufgedeckter Nutzungen (Gyr, 2005) seien Definition, Potential und Übertragbarkeit hier erneut aufgegriffen und vertieft.

"Kitsch", so präziserte Grimm, "ist weder durch einzelne Objektmerkmale noch durch bestimmte Einzelgefühle eindeutig bestimmt. 'Kitsch' wird definiert als ein besonderer Modus des Erlebens, in dem ästhetische Massstäbe ihre Bedeutung verlieren. Kitsch ist Ergriffenheit vom Objekt, das zu einem vom üblichen abweichenden, ästhetikvergessenden Gefühlszustand führt. In diesem anderen Zustand treten kulturell geformte Bewertungsschemata in den Hintergrund, da sie von emotional grundierten Urteilsformen überlagert, besser: unterspült werden."

(Grimm, 1998, S. 356f.)

Kitsch wird hier als ein besonderes Gefühlserleben gefasst, das in einen anderen Zustand versetzt. Diese Definition fokussiert eine Befindlichkeit und führt zum Träger wie zum Objekt zurück, aber in relationaler Perspektive. Entscheidend ist eine Zustandsveränderung, die abrufbar, inszenierbar und ritualisierbar wird. Dabei zeichnen sich kodierte "Anfälligkeiten" ab, wie Grimm mit Fallstudien (z.B. Tod von Diana) belegt und strukturiert, wobei sich das Bezugsfeld von Kitsch und Religion als besonders instruktiv ausnimmt (Grimm, 1998, S. 358f.) Beide harmonisieren gemäß Grimm Leben, Tod und Schicksal. Angetrieben von der Sehnsucht nach dem Guten, schaffe Kitsch utopisch-moralische Gegenwelten. Dabei komme es zu einer Simulation als Schutz vor Täuschung und Selbsttäuschung.

Es gibt tatsächlich viele Schnittstellen zwischen populärer Frömmigkeit und Ergriffenheit. Konkret gesteuert werden sie beispielsweise über schwülstige Heiligenbilder, süßliche Barockengel

sowie niedliche Figuren, ortstypische Souvenirs und Gebrauchsartikel an Wallfahrtsorten.

Welche Stützkraft vom Paradigma eines anderen Zustands über Kitschregulierung ausgehen kann, kann weiter z.B. am Habitus sogenannter Massentouristen festgemacht werden. Sie brauchen und lieben Kitsch, der systemisch mit Tourismus und Folklore verlinkt ist (Gyr, 2005). Auf relevante Gegenwelten deuten gefühlige Übergangsrituale bei Abreise, Ankunft und Rückkehr. Der Touristenurlaub, so eine erste These, wird "verkehrte Welt" und zeichnet sich durch andere, vom Alltagstrott abweichende Konsumgewohnheiten, Aktivitäten und Interessen aus. Kitschgestützte Erlebnissphären erreichen und "verwandeln" Durchschnittstouristen mithilfe gezielter Strategien und Mittel. Auch bei hoher Kitschdichte dominiert das Bedürfnis nach Anderem und Aussergewöhnlichem. Heilmatpflege und Brauchtum, volkskulturelle Architektur und Gastronomie, Lokal-, Regional- und Nationalsymbolik sowie materialisierte Souvenirs bestimmen das Set.

Die Folklorismus-Debatte hat typisierte Muster kitschiger Verdinglichung, Stereotypisierung und Ritualisierung endlich auch erkannt. Am Beispiel des Vorarlberger Fremdenverkehrs hat Kriemhild Kapeller die touristische Modellierung eindrücklich nachgezeichnet (Kapeller, 1991). Zum Prozess der "Touristisierung" gehört offenbar immer auch ein Stück Verkitschung, doch der reale Umgang mit entsprechenden Erlebnismomenten und einer eigenen Warenästhetik blieb auf Seiten der Touristen wissenschaftlich bisher auf der Strecke. Auch der touristische Zugriff auf Kitsch, welcher Art auch immer, scheint diesem seine Position im Brachland zu bewahren.

Im Alltag, verstanden als lebensweltlicher Erfahrungsraum, konstituiert sich der von Jürgen Grimm immer wieder aufgegriffene "andere Zustand" an vielen Orten. Kitsch findet sich zum einen da, wo sich Zustandsveränderungen als Übergänge traditionell und kalendarisch fixiert haben, also z.B. an Weihnachten, Silvester, Valentinstag oder Ostern. Wir fassen mit ihnen besondere Zeiten, die man durchaus auch als Kitschzeiten sehen kann – "Zeit für Gefühle", wie geschickte Werber pointieren. Zum anderen verdichtet sich

Kitsch in ausgewählten Dispositionen und Handlungssituationen, etwa bei Ankunft, Abschied, Geburtstag, Hochzeit, Tod und auch in vielen Schenkmustern, während heimlich zugelassene Kitschgenüsse im privaten Konsumbereich und Wohnverhalten angesichts fehlender Analysen noch immer sehr geheimnisvoll anmuten. Nicht alles, was hier abläuft, kann erforscht werden, aber einiges lässt sich vermuten.

In vielen solchen Situationen werden nicht nur geschmacksästhetische Nerven getroffen: es kommt auch zu spontaner Rührung und Ergriffenheit und zwar, dies eine zweite These, über Bilder, genauer innere Bilder (Gyr, 2005). Ich meine, dass die Entschlüsselung von Kitsch nur über solche in uns steckenden Bilder führen kann, seien diese real oder künstlich produziert. Oft hängen sie

Auch bei hoher Kitschdichte dominiert das Bedürfnis nach Anderem und Aussergewöhnlichem.

auch an Objekten, zum Beispiel am Gartenzweig oder an der Schneekugel und werden über diese aktiviert. Es geht um einfache Stimmungsbilder, über welche wir Normal-

situationen und Ausnahmezustände abgespeichert haben und je Stimulus immer wieder neu erleben können. Abschied, Trennung, Schmerz, Freundschaft, Nähe, Distanz, Einsamkeit, Vertrautheit, Fremdheit, Wärme und Hoffnung gehören beispielsweise dazu, als Erfahrungsgefühle nicht selten durch massenmedial gelenkten Gefühlskitsch konfiguriert.

Aus der Sicht einer modernen Alltagsforschung bestimmen Kitschanalysen eine reizvolle Schnittstelle, welche innerfachlich durchaus an curriculare und kalendarische Kanonstützen anschließen kann. Mit dem Verständnis von Kitsch im Sinne des Grimm'schen Erlebnismodus werden der modernen Alltagsforschung neue Perspektiven eröffnet, geht es doch darum, kulturelle Gefühlskonfigurationen, Stimmungsszenarien und Bildvorstellungen auszumachen, um so die spezifisch kitschgeprägte Rührung, Ergriffenheit und Genüßlichkeit zu fassen. Nach einer langen Phase wertgerichteter und kunsthistorischen Einschätzungen wird es Zeit, den elitären Zweig einer stark geschmacksästhetisch-moralischen Debatte zu verlassen und Kitsch in eine Gefühlskultur einzurücken. Hier geht es darum, zu verstehen, was denn zu dieser besonderen Art von gefühligen Bedürfnissen und populären Handlungs- und Konsumstilen führt. Immer mehr fallen hier auch

globale Dimensionen auf. Davon sprechen die 74 Millionen jährlicher BesucherInnen in den Disneylandern, davon zeugen die BesitzerInnen von 34 Millionen fröhlichen Gartenzwerge.

Ausblick: Merkmale und Aufgaben

Kitsch, so sei seine alltagskulturelle Kodierung gebündelt, ist erstens also kein Objektmerkmal, Kitsch hockt nicht im Gartenzweig, sondern zwischen mir und diesem, einmal näher da, einmal eher dort. Kitsch ist eine Relation, die je Situationszusammenhang einmal stärker genussästhetisch, rührig-ergreifend, sentimental-süßlich, ein andermal ätzend-schockierend, heiter-verzückend oder spielerisch-parodistisch erfahren wird. Kitsch meint zweitens einen Erlebnismodus in einem oft kurzen, gefühlig fundierten Ausnahmezustand, bei dem innere Bilder aktualisiert werden, wobei Bildkonstituierung und Bildlenkung auf strukturellen Gehalt verweisen. Im Konsumakt werden Stimmungsbilder an unseren traditionsgeprägten Geschmacks- und Gefühlsordnungen abgeglichen, wodurch ein Differenzenerlebnis zustande kommt. Kitsch in dieser Auslegung kennt diverse Formen und Intensität.

Drittes Merkmal ist es, dass er immer nur etwas Abgeleitetes sein kann – Kitsch ist ein Derivat, das heißt, eine aus einer anderen Struktur abgeleitete Substanz, fragt sich nur, welche dies im einzelnen betrifft und wie ähnlich sie ihr kommt. Kitsch als bildgesteuertes Gefühlsderivat zu fassen, wie ich auch an dieser Stelle weiterhin vorschlage (Gyr, 2005, S. 364), heißt aber nicht, Abgeleitetes am Maßstab des Originalen zu messen, um Kitsch erneut als Geschmacksverirrung aufzulegen. Es gilt vielmehr, nach Eigenqualitäten des Derivats zu fragen, um herauszufinden, wieviel Rührung und Ergriffenheit dieser Art wir in unserem Stimmungshaushalt zulassen, ertragen oder alltagstherapeutisch brauchen. Das Raffinierte am Kitsch ist es, viertes Merkmal, dass er Täuschungen über Simulationen produziert, wie Jürgen Grimm ausgeführt hat (Grimm, 1998, S. 360). Diese lassen

uns tröstend, bestätigend oder spielerisch allerlei harmonische, moralische und ästhetische Ordnungen und Welterfahrungen erfüllen. Zwar sind diese uns nur als konstruierte und utopische Gegenwelten zugänglich. Dabei wirkt Kitsch fünfens als alltagstherapeutisches Regulans. Kitsch ist keine Vollwertkost, eher ein Appetizer, der nicht bloß auf der Zunge bleiben will – er kann durchaus zum Seelenbalsam mutieren.

Kitsch als Erlebnismodus im Rahmen einer populären Gefühlskultur verstehend zu erfassen und in der Alltagswelt zu verorten, ist ohne Zweifel ein anspruchsvolles und tückenreiches Programm. Dieses hat nicht irgendwo zu beginnen, sondern zunächst bei sich selber. Mit Burghart Schmidt meine ich, dass Kitsch uns alle angeht und bewegt:

„In jedem Menschen steckt darum Kitsch, weil Kitsch der kürzeste Weg zur Versöhnung mit den Lebensumständen zu sein scheint, und warum soll man nicht den einfachsten Weg einschlagen?“

(Schmidt, 1994, S. 14)

Das hier vorgeschlagene Vorhaben, von einer überholten Geschmacksforschung abzukommen, um zur Analyse alltagsgeprägter Gefühligkeiten im Rahmen einer populären Gefühlskultur vorzustoßen, bleibt zu testen. Eine solche Kitschforschung darf dann aber bei Engeln, Schneekugeln (Ludewig, 1983), Madonna, Traumschiff (Foltin, 1987), Kioskliteratur, Rosamunde Pilcher, Ostergebäck, Tierfriedhof, Europapark oder Musikanntenstadl (Binder & Fartacek, 2006) nicht stehen bleiben – sie muss auf genereller Ebene nach Kitschbedarf, Kitschpraxis und Kitschbedeutung bei Menschen, Gruppen und Gesellschaften mit diesbezüglichen Bedürfnissen, Sehnsüchten und Gestimmtheiten fragen, und sie hat endlich auch die spielerische Heiterkeit und Parodie im Kitsch zu erklären. Kitsch darf ruhig Kitsch bleiben und seine Herausforderungen verstärkt zur Analyse ausspielen.

Bibliographie:

- Ackerknecht, E. (1950). *Der Kitsch als kultureller Übergangswert*. Bremen.
- Aggermann-Bellenberg, U. (1984). Einige Bemerkungen zum Thema Kitsch im Bereich religiöser Massenartikel. In: *Österreichische Zeitschrift für Volkskunde*, 87, S.30-46.
- Bausinger, H. (1961). *Volkskultur in der technischen Welt*. Stuttgart.
- Bausinger, H. (1976). Wege zur Erforschung der trivialen Literatur. In: Burger, H. O. (Hg.), *Studien zur Trivialliteratur. Studien zur Philosophie und Literatur des 19. Jahrhunderts*, Bd. 1. 2. Aufl., Frankfurt a. M., S.1-33.
- Bayer, D. (1963). *Der triviale Familien- und Liebesroman im 20. Jahrhundert*. Volksleben 1. Tübingen.
- Binder, S. & Gebhard, F. (Hg.) (2006). *Der Musikantenstadl*. Alpine Populärkultur im fremden Blick. Wien, Berlin.
- Bourdieu, P. (1970). *Zur Soziologie der symbolischen Formen*. Frankfurt a. M.
- Bourdieu, P. (1982). *Die feinen Unterschiede*. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt a. M.
- Braungart, W. (Hg.) (2002). *Kitsch*. Faszination und Herausforderung des Banalen und Trivialen. Tübingen.
- Brednich, R. W. (Hg.) (2001). *Grundriss der Volkskunde*. Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie. 3. Aufl. Berlin.
- Broch, H. (1955). Einige Bemerkungen zum Problem des Kitsches. In: Broch, H.: *Essays*. Bd. I, Dichten und Erkennen, Zürich, S.295-309.
- Broch, H. (1955). Das Böse im Wertsystem der Kunst. In: Broch, H.: *Essays*. Bd. I. Dichten und Erkennen, Zürich, S.311-350.
- Brückner, W. (1973). *Die Bilderfabrik*. Dokumentation zur Kunst- und Sozialgeschichte der industriellen Wandschmuckherstellung zwischen 1845 und 1973 am Beispiel eines Grossunternehmens. Frankfurt a. M.
- Eco, U. (1992). Die Struktur des schlechten Geschmacks. In: Umberto, E.: *Apokalyptiker und Integrierte*. Zur kritischen Kritik der Massenkultur. Frankfurt a. M., S.59-115.
- Foltin, H.-F. (1987). Das Traumschiff. Exotismus in Unterhaltungssendungen des Fernsehens. In: Koebner, T. & Pickerodt, G. (Hg.), *Die andere Welt*. Studien zum Exotismus. Frankfurt a. M., S.363-381.
- Freudenthal, H. (1958). Volkskundliche Streiflichter auf das Zeitgeschehen. In: *Beiträge zur deutschen Volks- und Altertumskunde*. 2 (3), S.144-146.
- Fuller, G. (1992). *Kitsch-Art*. Wie Kitsch zur Kunst wird. Köln.
- Giesz, L. (1994). *Phänomenologie des Kitsches*. Ein Beitrag zur anthropologischen Ästhetik. Frankfurt a. M.
- Grimm, J. (1998). Medienkitsch als Wertungs- und Rezeptionsphänomen. Zur Kritik des Echtheitsdiskurses. In: *Sprache im technischen Zeitalter*. 36, S.334-364.
- Gyr, U. (2002). Kitsch (k)lebt weiter. Neues und Bewährtes von der Kitschfront. In: *Schweizerisches Archiv für Volkskunde*. 98, S.387-396.
- Gyr, U. (2005): "Alles nur Touristenkitsch". Tourismuslogik und Kitsch-Theorien. In: Sprode, H. & Ziehe, I. (Hg.), *Gebuchte Gefühle. Tourismus zwischen Verortung und Entgrenzung. Voyage*. Jahrbuch für Reise und Tourismusforschung. Kleine Schriften der Freunde des Museums Europäischer Kulturen, Berlin, Bd. 7 (Sonderband). München, Wien., S.92-102.
- Gyr, U. (2005). Kitschbilder? Bilderkitsch? Gedanken zur Bildsteuerung im Kitsch. In: Gerndt, H. & Haibl, M. (Hg.), *Der Bilderalltag*. Perspektiven einer Volkskundlichen Bildwissenschaft. Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 33. Münster, New York, München, Berlin, S.357-365.
- Hügel, H. O. (Hg.) (2003). *Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen*. Stuttgart.

- Internationale Volkskundliche Bibliographie (IVB) 1917ff. Bonn 1919- [1917-1937].
- Johler, R. (1989). Kitsch als Syndrom. In: *Freibord*. Themenheft Kitsch, 89 (2), S.21-27.
- Kapeller, K. (1991). *Tourismus und Volkskultur*. Folklorismus – zur Warenästhetik der Volkskultur. Diss. Graz.
- Katschnig-Fasch, E. (1998). *Möblierter Sinn*. Städtische Wohn- und Lebensstile. Kulturstudien Sonderband 24. Wien, Köln, Weimar.
- Köstlin, K. (1991). Folklore, Folklorismus und Modernisierung. In: *Schweizerisches Archiv für Volkskunde*. 78, S.46-66.
- Ludewig, U. (1983). *Die Schneekugel, das vollklimatisierte Reiseandenken*. Marburg.
- Maase, K. (Hg.). *Die Schönheiten des Populären*. Ästhetische Erfahrung der Gegenwart. Frankfurt a. M.
- Mettenleiter, P. (1974). *Destruktion der Heimatdichtung*. Typologische Untersuchungen zu Gotthelf-Auerbach-Ganghofer. Tübingen.
- Mezger, W. (1975). *Schlager*. Versuch einer Gesamtdarstellung unter besonderer Berücksichtigung des Musikmarktes der Bundesrepublik Deutschland. Tübingen.
- Moles, A. A. (1972). *Psychologie des Kitsches*. München.
- Putz, C. (1994). *Kitsch – Phänomenologie eines dynamischen Kulturprinzips*. Bochum.
- Roller, F. (1997). *Abba, Barbie, Cordsamthosen*. Ein Wegweiser zum prima Geschmack. Leipzig.
- Rosenfeld, H. (1955). Die Rolle des Bilderbogens in der deutschen Volkskultur. In: *Bayerisches Jahrbuch für Volkskunde* 1955, S.79-85.
- Scharfe, M. (1974). Die Volkskunst und ihre Metamorphose. In: *Zeitschrift für Volkskunde*. 70, S.215-245.
- Schenda, R. (1970). *Volk ohne Buch*. Studien zur Sozialgeschichte der populären Lesestoffe 1770-1910. Studien zur Philosophie und Literatur des neunzehnten Jahrhunderts, Bd. 5. Frankfurt a. M.
- Schilling, H. (1971). *Wandschmuck unterer Sozialschichten*. Empirische Untersuchungen zu einem kulturellen Phänomen und seiner Vermittlung. Europäische Hochschulschriften, Reihe XIX, Ethnologie, Volkskunde, Sitte, Brauchtum, Volksleben, 4. Bern, Frankfurt a. M.
- Schmidt, B. (1994). *Kitsch und Klatsch*. Fünf Wiener Vortragsessays zu Kunst, Architektur und Konversation. Wien.
- Schwedt, E. (1970). *Volkskunst und Kunstgewerbe*. Ueberlegungen zu einer Neuorientierung der Volkskunstforschung. Tübingen.
- Spamer, A. (1928). Volkskunst und Volkskunde. In: *Oberdeutsche Zeitschrift für Volkskunde*. 2, S.1-30.
- Sturzenegger, H. (1970). *Volkstümlicher Wandschmuck in Zürcher Familien*. Wesen und Funktion. Europäische Hochschulschriften, Reihe XIX, Ethnologie/Kulturanthropologie 2. Bern.
- Tränkle, M. (1972). *Wohnkultur und Wohnweisen*. Tübingen.
- Ueding, G. (1973). *Glanzvolles Elend*. Versuch über Kitsch und Kolportage. Frankfurt a. M.

Ueli GYR (1945)

Prof. em. Dr. phil., Ordinarius für Volkskunde an der Universität Zürich (1995-2010). Studium in Volkskunde und Romanistik in Zürich und Grenoble. Promotion 1978 ("Die Fremdthematik im Werk von C.- F. Ramuz") und Habilitation 1987 über Welschlandaufenthalte ("Lektion fürs Leben"). Forschungsinteressen: Theorien, Fachidentität und Fachgeschichte (besonders der Schweiz), interkulturelle Kontakte, Alltagskulturen und urbane Lebenswelten, nonverbale Kommunikation, Tourismus, Bräuche und Folklorismus, Nahrung, Kitsch, Symbolanalyse, Alltagsästhetik, Wohnen u.a.m. Herausgeber der Zeitschrift "Schweizerisches Archiv für Volkskunde" (seit 1983) und der "Zürcher Beiträge zur Alltagskultur" (1996-2010) .